

**Anna Lewińska**

Akademia Rolnicza w Szczecinie

## **ANALIZA ZMIAN PREFERENCJI KONSUMENTÓW WOBEC PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH W PROCESIE INTEGRACJI Z UNIĄ EUROPEJSKĄ NA PRZYKŁADZIE RYNKU NAPOJÓW**

### **1. Wstęp**

Napoje bezalkoholowe dzielą się na trzy główne rodzaje produktów: soki i napoje owocowe, warzywne oraz warzywno-owocowe; wody; napoje orzeźwiające (Urban 2000). Na polskim rynku napojów bezalkoholowych w momencie rozpoczęcia funkcjonowania wolnego rynku zaobserwowano wysoki popyt, a co za tym idzie dynamiczny wzrost. Zmiany zainicjowane na rynku produktów spożywczych przez czynniki związane z procesem integracji z Unią Europejską wywarły także wpływ na kształt preferencji konsumentów.

### **2. Wpływ procesu integracji z Unią Europejską na rynek napojów**

Czynniki, które odgrywają główne role na rynku napojów bezalkoholowych to wzrost i rozdrobnienie konkurencji, zmiany obowiązujących przepisów prawnych, wzrost wymagań konsumentów, istniejące rezerwy i możliwości rozwoju rynku w Polsce w porównaniu z innymi krajami, stosunkowo duże spożycie mleka, wysokie spożycie soków i wody mineralnej, wysoka dynamika rozwoju rynku (Wielowieyska 2002).

Kierunek zmian zachodzących na rynku napojów można określić jako proponowanie klientom coraz bardziej wyszukanych, egzotycznych smaków oraz nowych rodzajów napojów. Rosnąca świadomość nabywców sprawia, że dokonują oni zakupów w sposób selektywny, zwracając uwagę na jakość produktów (Bajger 2004). Regulacje prawne w zakresie kwalifikacji produktów do danych grup i ich jakości zostały uregulowane przez Unię Europejską (Dyrektywa UE

2001/112/WE). Polski akt wykonawczy tej dyrektywy stanowi Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowych wymagań w zakresie jakości handlowej soków i nektarów owocowych.

### 3. Metodyka badań

Badania przeprowadzono w populacji wiekowej 20-24 lata, w woj. zachodniopomorskim. Doboru próbki dokonano w sposób nielosowy, posłużono się doбором kwotowym, w którym uwzględniono parametry takie, jak płeć, wiek i miejsce zamieszkania (miasto, wieś). Wartości parametrów charakterystyczne dla całej populacji ustalono na podstawie danych pochodzących z NSP z 2002 r. (GUS 2004). Wybrano grupę reprezentacyjną liczącą 50 osób. Przeprowadzono z nimi wywiad kwestionariuszowy, w którym użyto do budowy pytań dyferencjału semantycznego. Badanie polegało na określeniu preferencji badanych co do smaków napojów. Pominęto w nim wody. Wyróżniono 5 głównych rodzajów produktów: soki owocowe, soki warzywne, soki mieszane (połączenie warzyw, owoców, ziół), napoje gazowane, napoje niegazowane. W wyniku wcześniejszych badań określono najczęściej wybierane smaki (Lewińska 2005) i dokonano porównania preferencji konsumentów.

W badaniu wykorzystano metodę analitycznego procesu hierarchicznego (AHP). Jest to metoda matematyczna, zawierająca w sobie także koncepcje psychologiczne, mająca zastosowanie w rozwiązywaniu wielokryterialnych problemów decyzyjnych (Adamus, Szara 2000). Hierarchiczny schemat decyzyjny tworzy się za pomocą rozkładu rozważanego problemu decyzyjnego na jego elementy składowe. Znaczenia oraz preferencje poszczególnych elementów decyzyjnych łączone są w pary w odniesieniu do elementu znajdującego się bezpośrednio powyżej w hierarchii. Szacowany jest model addytywny (funkcja priorytetowa) konstruowany na skali ilorazowej, opisujący preferencje (Lewińska 2003).

### 4. Wyniki badań preferencji smakowych nabywców napojów

W wyniku badań otrzymano następujące wartości priorytetów w poszczególnych kategoriach napojów jak w tab. 1.

Tabela 1. Preferowane rodzaje napojów w ujęciu procentowym (całość 100%)

Rodzaj napoju	Priorytet
Soki owocowe	51,92%
Soki mieszane	17,76%
Soki warzywne	15,16%
Napoje gazowane	8,75%
Napoje niegazowane	6,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych w ramach projektu badawczego zrealizowanego w Katedrze Zarządzania Przedsiębiorstwami AR w Szczecinie pod tytułem *Analiza preferencji smakowych nabywców napojów w procesie przystąpienia do Unii Europejskiej*.

Potwierdzają one badania prowadzone na polskim rynku. W grupie wiekowej (20-24 lata) najczęściej wybierane są soki owocowe i mieszane, kolejne miejsce zajmują napoje gazowane (Wielowieyska 2002)

Tabela 2. Preferowane smaki poszczególnych rodzajów napojów w ujęciu procentowym

Smak napoju	Priorytet w odniesieniu do rodzaju napoju (w %)	Priorytet w odniesieniu do napojów ogółem (w %)
Soki owocowe		
Pomarańczowy	43,17	22,42
Jabłkowy	27,77	14,42
Grapefruitowy	12,11	6,29
Czarna porzeczka	9,18	4,77
Wielooowocowy	7,77	4,04
Soki mieszane		
Marchewkowo-owocowy	73,68	13,09
Jabłkowo-miętowy	16,85	2,99
Buraczano-jabłkowy	9,48	1,68
Soki warzywne		
Marchewkowy	63,60	9,64
Pomidorowy	18,30	2,78
Wielowarzywny	10,54	1,60
Buraczany	7,56	1,15
Napoje gazowane		
Owocowe	53,67	4,70
Typu „cola”	24,58	2,15
Typu „oranżada”	13,64	1,19
Typu „tonic”	8,11	0,71
Napoje niegazowane		
Owocowe	62,76	4,01
Typu „ice tea”	21,99	1,41
Napoje regeneracyjne	15,25	0,98

Źródło: jak dla tab. 1.

Spośród soków owocowych najczęściej wybierany był pomarańczowy i jabłkowy. Wśród mieszanych największą popularnością cieszyły się soki marchewkowo-owocowe, a wśród warzywnych – marchewkowy. Spośród napojów gazowanych respondenci wybierali napoje owocowe i typu „cola”, a spośród niegazowanych – owocowy (tab. 2).

W badaniu uzyskano także listę nowych smaków spożywanych przez respondentów. W grupie soków owocowych i napojów były to: bananowy, winogronowy, wiśniowy, owoce leśne, ananasowy, brzoskwiński i truskawkowy, w mieszanych – gama mieszanych soków marchewkowo-owocowych, najczęściej jako domieszkę podawano sok bananowy, truskawkowy, pomarańczowy. W grupie soków warzywnych nie uzyskano innych nie objętych badaniem.

## 5. Wnioski

Zaobserwować można wpływ rosnącego wśród konsumentów zainteresowania zdrową żywnością odzwierciedlający się w preferowaniu przez nich soków. Proces integracji z Unią Europejską wpłynął na zainteresowanie nabywców jakością i wartościami odżywczymi spożywanych napojów. Spowodowało to, że stali się oni bardziej wymagający, a ich preferencje smakowe uległy dyferencjacji. Na podstawie dynamiki tych zmian można wnioskować, że będą się one nasilały. Atrakcyjność naszego rynku, jego niewykorzystany potencjał i rosnąca świadomość nabywców sprawiają, iż coraz częściej pojawiają się na nim firmy zagraniczne, nie tylko wielkie koncerny, ale także mniejsze przedsiębiorstwa.

## Literatura

- Adamus W., Szara K., *Zastosowanie analitycznego procesu hierarchicznego AHP do racjonalizacji zarządzania i organizacji gospodarstw (przedsiębiorstw)*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2000, nr 4-5.
- Bajger M., *Rozwój polskiego rynku soków, napojów i wód mineralnych*, www.kofola.pl.
- Dyrektywa Rady Unii Europejskiej 2001/112/WE z dnia 20 grudnia 2001 r.
- Lewińska A., *AHP Method Usage Possibility with Problem Solving Issue in the Field of Company Management*, Konferencja naukowa Uniwersytetu Jagiellońskiego (publikacja w druku).
- Lewińska A., *Badanie najczęściej wybieranych smaków napojów oraz soków*, Badania wykonane w Katedrze Zarządzania Przedsiębiorstwami AR w Szczecinie, niepublikowane.
- Ludność według płci, wieku, województw, podregionów, powiatów, miast i gmin*, GUS, Warszawa 2004.
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowych wymagań w zakresie jakości handlowej soków i nektarów owocowych, DzU 2003, nr 177, poz. 1735.
- Urban R., *Rynek napojów bezalkoholowych w Polsce*, Wrocław 2000.
- Wielowieyska D., *Chodzi o zwiększenie tortu do podziału – rozmowa z Thomasem Krennbauerem, szefem Coca-Cola Poland Services*, „Gazeta Wyborcza. Gospodarka” z dnia 24 stycznia 2002 r.
- Wielowieyska D., *Raport o rynku napojów gazowanych*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 26 stycznia 2002 r.

## ANALYSIS OF CUSTOMERS' PREFERENCE CHANGE TO FOOD PRODUCTS IN THE EUROPEAN UNION INTEGRATION PROCESS ON THE EXAMPLE OF NON-ALCOHOLIC DRINKS

### Summary

The European Union integration process influences Polish market of food products. A situation and changes in preference of customers' taste for non-alcoholic drinks market are analysed in this article. The research has been done on inhabitants of West Pomerania who are 20-24 years old. The method of the Analytic Hierarchy Process is used in the calculation.